

Guía de buenas prácticas

Para la imagen exterior
de los locales comerciales



Ajuntament de
Barcelona





Índice

1 Los rótulos	
Elementos identificadores	4
Identificadores dentro de los huecos arquitectónicos	10
Identificadores en los paramentos de fachada	10
Identificadores tipo bandera	10
2 La carpintería	12
3 Los cierres	14
4 Los toldos	16
5 El paramento de fachada	18
6 Las mejoras en accesibilidad	20
7 El mantenimiento	22

Introducción

El comercio forma parte de la identidad de nuestra ciudad. Su imagen exterior y los usos que de esta se derivan repercuten directamente sobre la percepción que se tiene de nuestras calles y barrios. Cuando la cara más visible de los locales comerciales armoniza con su entorno se genera un espacio público agradable, donde los usuarios se sentirán cómodos al utilizarlo. Se trata, pues, de contribuir a crear entornos confortables y atractivos con los que se estimule la actividad urbana y comercial.

Los usuarios perciben que un establecimiento es de calidad cuando su imagen exterior se integra y armoniza con su entorno.

El local comercial forma parte de un edificio. Las fachadas de los edificios disponen de una composición general de ritmos y órdenes arquitectónicos que crean una imagen de conjunto. En consecuencia, si queremos integrar nuestra imagen comercial en un local, tendremos que respetar y reconocer la composición general del edificio en el que intervenimos. Si conseguimos una buena integración estética de nuestro establecimiento con respecto al edificio, dotaremos de más calidad a la imagen exterior de nuestro comercio.

La guía de buenas prácticas para la imagen exterior de los establecimientos comerciales pretende ser una ayuda gráfica y explicativa de la Ordenanza de los usos del paisaje urbano para facilitar su aplicación por parte de los comercios situados en la planta baja de los edificios.

El parque edificado de la ciudad es muy diverso, con casuísticas muy diferentes, por lo que debe tenerse presente que los criterios de integración paisajísticos aquí expuestos tendrán que atender a las características de cada lugar. Habrá que prestar especial atención a los edificios y conjuntos patrimoniales, con el objetivo de preservarlos, así como al mantenimiento de los elementos históricos que forman parte de la identidad de nuestro comercio. Por lo tanto, en el momento de intervenir en edificios patrimoniales, en comercios históricos o en zonas de protección patrimonial, deberán tenerse en cuenta también los criterios de conservación y preservación indicados en el “Catálogo del Patrimonio Histórico-artístico de la ciudad de Barcelona”. En el caso de intervenir en establecimientos emblemáticos, prevalecerán las indicaciones establecidas en las fichas del Plan especial urbanístico de protección de la calidad urbana.



Los rótulos

Elementos identificadores

Se trata del primer contacto comunicativo que tendremos con nuestros posibles clientes. Son el reclamo más importante del establecimiento. Si esta comunicación es clara y amable, tanto con el edificio como con el espacio público inmediato, mejorará la calidad de la imagen del establecimiento.

Los rótulos son los que difunden entre el público la información de la existencia de una actividad en el mismo lugar donde se lleva a cabo.

Por otra parte, para evitar una comunicación invasiva, que afecte al derecho colectivo de los ciudadanos de disfrutar de un espacio público amable y libre de alteraciones visuales, **no se permite hacer publicidad en las fachadas de los edificios.**

Para una correcta comunicación, los comercios deben usar los escaparates para mostrar sus productos.

Si dentro de los escaparates tenemos un espacio expositor atractivo y cuidado, este será el mejor reclamo para captar nuevos clientes.

Características generales de los rótulos

- **Respeto por la composición general de la fachada.** Para conseguir una integración elegante del rótulo en la fachada es necesario atender a las diferentes casuísticas compositivas del edificio. En ningún caso se deben ocultar los elementos singulares que conforman los ritmos arquitectónicos, como pueden ser molduras o marcos, ya que guardan relación con el resto de elementos compositivos de la fachada.
- **La compatibilidad de los materiales y cromatismos con el edificio.** Para una buena relación entre nuestra intervención y el edificio existente, hay que elegir materiales y cromatismos que sean coherentes con los propios de la fachada. En edificios catalogados se utilizarán materiales nobles como la piedra, el metal o el vidrio. Se recomienda, para obtener un buen contraste, que el fondo sea más oscuro que el mensaje, además del uso de tipografías que fomenten la legibilidad del rótulo.
- **La iluminación del rótulo.** Para un buen diseño del rótulo y una correcta iluminación, el rótulo y su iluminación deben ser un solo elemento. La iluminación no tiene que provocar deslumbramientos ni introducir efectos extraños, como por ejemplo parpadeo, cambios de color, proyecciones animadas, etc., que puedan crear molestias a los peatones o alterar la tranquilidad del paisaje nocturno. Para una correcta legibilidad se recomienda iluminar solo el mensaje para que resalte sobre el fondo del rótulo.



11

Los rótulos

Identificadores dentro de los huecos arquitectónicos

Los huecos arquitectónicos de la planta baja de los locales comerciales son los accesos y los escaparates. En la configuración de un edificio, los huecos arquitectónicos o aberturas son los encargados de crear una relación directa entre el espacio interior y el exterior.

Por lo tanto, será una buena estrategia de integración en la composición del edificio contener la imagen comercial en estos espacios.

La ubicación del rótulo dentro del hueco arquitectónico es la forma más común y fácil de crear una buena relación entre la imagen comercial y el resto del edificio.

Ubicación

- Se deben ubicar en la parte superior del hueco arquitectónico y quedar detrás del plano exterior de la fachada.
- Para conseguir que el rótulo tenga la máxima visibilidad, lo situaremos en la parte superior de los huecos arquitectónicos.
- Para una correcta percepción del hueco arquitectónico, los rótulos deben ubicarse adosados a la carpintería y retirados 25 cm del plano exterior de la fachada.

Dimensiones

- No deben ser superiores al 30 % del hueco arquitectónico. Un rótulo con unas dimensiones excesivas disminuye la entrada de luz natural y el espacio expositor de nuestros productos, además de crear una imagen desproporcionada y poco amable con el espacio público inmediato.
- Un acceso alto con respecto al local comercial transmite confianza y facilita la entrada a nuestro establecimiento.
- Se recomienda que el rótulo tenga unas dimensiones, en altura, de entre 40 cm y 60 cm, en función de la proporción de las aberturas.

Forma y diseño

- Tienen que respetar el lenguaje morfológico del hueco arquitectónico. Si el rótulo se adapta a la forma del hueco arquitectónico armoniza con la solución compositiva.
- Por ejemplo, si en el establecimiento disponemos de un acceso en forma de arco, el rótulo debe adaptarse a su geometría.



Comunicación

- Se tiene que crear una imagen comercial unitaria y homogénea para todas las aberturas de nuestro comercio.
- Esta coherencia origina una comunicación clara para los posibles usuarios.
- Se recomienda, si se dispone de diferentes huecos arquitectónicos, crear una jerarquía comunicativa, enfatizando los accesos, y evitar una repetición excesiva del mensaje para que no haya saturación comunicativa.

1.2

Los rótulos

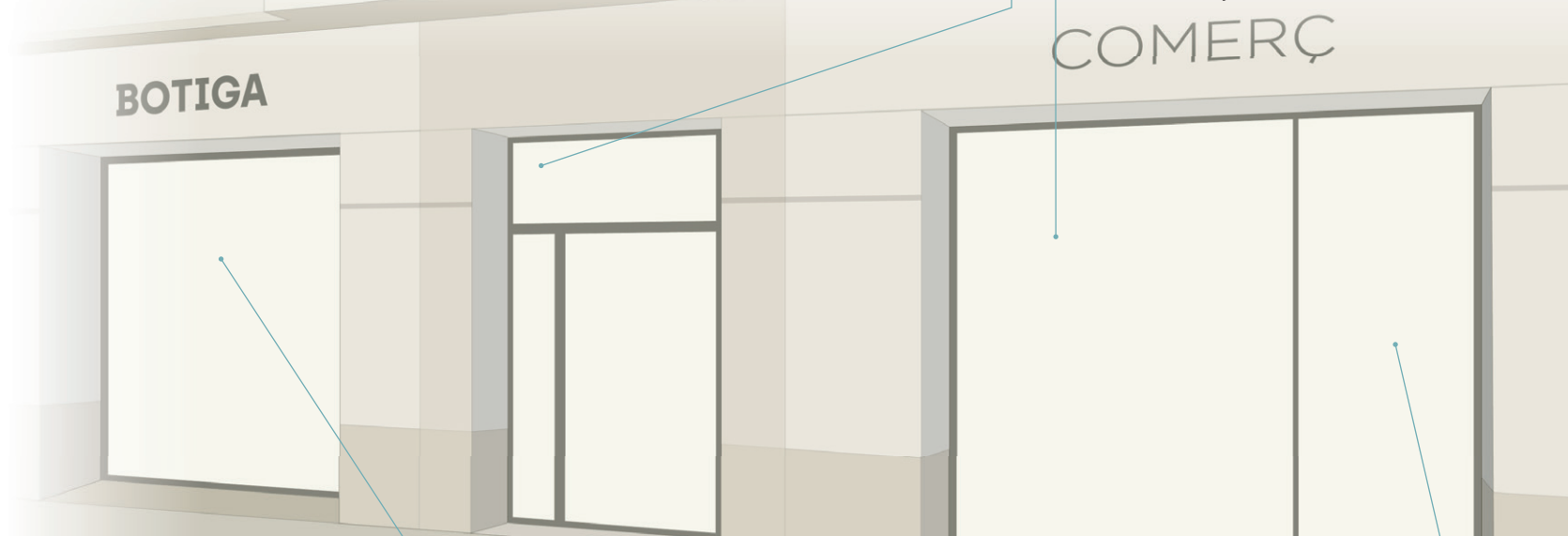
Identificadores en los paramentos de fachada

Los rótulos que adosemos directamente al paramento de fachada tendrán que respetar la composición general de nuestro edificio y trabajar estéticamente de manera conjunta. Una mala integración del rótulo en esta situación afectará negativamente a la visión general del edificio.

Los rótulos identificadores en esta ubicación son un buen recurso para los establecimientos que dispongan de aberturas bajas, ya que permiten mantener toda la altura del acceso libre, una buena entrada de luz y el máximo de espacio expositor.

Forma y diseño

- Los rótulos tienen que estar compuesto por letras, signos o líneas recortadas ancladas una a una sin fondo.
- Los rótulos de letras recortadas, en contraposición con los rótulos plafón, que son macizos y crean manchas cromáticas, permiten seguir percibiendo la continuidad de la fachada.
- Si anclamos las letras una a una, el rótulo tiene una mayor adaptabilidad a las diferentes texturas de la fachada.
- Si el rótulo es de un solo renglón de letras o signos, conseguiremos que se integre mejor y su lectura será más fácil y rápida.
- Para conseguir una imagen elegante de nuestro comercio, es aconsejable que el rótulo armonice con las características arquitectónicas y cromáticas del paramento.



Ubicación

- Se deben ubicar en el paramento de fachada evitando alterar su composición.
- Siempre que la composición arquitectónica lo permita, se colocará sobre el dintel del hueco arquitectónico, centrado con respecto a los límites inferiores y superiores, y sin sobrepasar la anchura del hueco arquitectónico.

Dimensiones

- Las dimensiones de los rótulos deben guardar relación entre la altura a la que se sitúen y el espacio público inmediato.
- Se recomienda que el rótulo tenga unas dimensiones, en altura, de entre 30 cm y 50 cm.
- El grosor del rótulo debe ser, como máximo, de 12 cm, aunque se recomienda utilizar grosores inferiores, ya que cuanto más grueso es el rótulo, más difícil resulta leer el mensaje.

Comunicación

- En general, se colocará un único rótulo por fachada. Este tipo de rótulos, dada su ubicación, tienen una fuerte visibilidad.
- Llenar la fachada de estos rótulos dificultaría la identificación del mensaje y provocaría un desorden continuado en la fachada.

1.3

Los rótulos

Identificadores tipo bandera

Los rótulos bandera son los elementos identificadores que se sitúan perpendicularmente y sobresaliendo del plano de la fachada.

En Barcelona, este tipo de rótulos solo están permitidos en las siguientes actividades: **farmacias, aparcamientos, hoteles y cajeros automáticos de entidades financieras.**

Así, evitamos lo siguiente:

- Que el aumento de estos rótulos provoque una comunicación agresiva que vaya en contra del disfrute de un espacio público agradable. Hay que tener en cuenta que cuantos más rótulos hay en una calle, más difícil es identificar un mensaje.
- Que al taparse entre sí los rótulos bandera, que provocan una jerarquía comunicativa, algunos comercios salgan perjudicados. Además, para intentar evitarlo, se aumenta el tamaño de los rótulos, lo que empeora, cada vez más, la visión general de la zona.
- Que se distorsionen las perspectivas del espacio público y se estropeen las fachadas.

Recuerda que un entorno agradable genera polos de atracción urbanos que pueden suponer un aumento de los usuarios en aquella zona y, en consecuencia, un aumento de los posibles clientes.

Forma y diseño

- De forma regular y con un sistema de anclaje directo a la fachada, con la estructura lo menos perceptible posible.
- Para conseguir un diseño limpio, será necesario que la estructura del rótulo y el anclaje queden integrados en el rótulo.

Dimensiones

- El vuelo del rótulo con respecto al plano de la fachada debe tener relación con la anchura de la calle y la acera.
- En calles de menos de 10 m de anchura, el rótulo no volará más de 60 cm.
- En calles de anchuras superiores, no volará más de 70 cm.
- Se recomienda que el grosor no sea superior a 8 cm.

Ubicación

- El rótulo se colocará a una altura superior a 2,2 m para asegurar la correcta circulación de los peatones por el espacio público.
- Se debe evitar que la ubicación de estos rótulos distorsione la visión general del edificio.
- Se recomienda situarlo al principio o al final del local comercial.

Comunicación

- Un solo rótulo homologado por fachada comercial. Ya que si el mensaje identificador está ubicado en las dos caras, este será perceptible en todas las situaciones.



2

La carpintería

La carpintería de los locales comerciales forma parte de la composición general de un edificio. Por lo tanto, si un local comercial la modifica sin tener en cuenta la composición de la fachada, alterará la visión de conjunto del edificio.

La carpintería de un local comercial debe armonizar con los cromatismos y la configuración del resto de la carpintería del edificio.

Todos los establecimientos deben disponer de carpintería, para garantizar una buena comprensión de la relación entre los espacios interiores y el exterior del edificio. Cabe destacar los beneficios de disponer de este elemento, ya que aporta aislamiento térmico y una mejora de la eficiencia energética a los establecimientos que tienen sistemas de climatización.

La carpintería debe dejarse libre de elementos comunicativos como carteles, vinilos o adhesivos, que a menudo se degradan y provocan una imagen poco cuidada. Conseguir la máxima transparencia de la carpintería nos ayudará a asegurar que los posibles clientes centren la visión en los productos expuestos y a evitar que se dispersen con un exceso de comunicación. **Resulta muy importante**

hacer un buen mantenimiento y diseño del espacio expositor, ya que será uno de los principales motivos de atracción de nuevos clientes.

Mostrar los productos que se venden en el establecimiento, o las actividades que allí se llevan a cabo, mediante los escaparates es la mejor carta de presentación de nuestro comercio.

Recuerda: la carpintería de un local debe conservarse cuando esta sea original, ya que es la mejor manera de conservar la composición de la fachada y respetar los valores arquitectónicos del diseño original del edificio.

Ubicación

- La carpintería se colocará en su lugar original, integrada dentro del hueco arquitectónico y en un plano anterior con respecto al plano de la fachada.
- Por ejemplo, en la edificación histórica o tradicional, es importante que la colocación de la carpintería en un plano anterior permita visualizar las jambas de piedra.

Diseño

- La carpintería tendrá que armonizar con el resto de carpintería presente en el edificio.
- Los nuevos diseños deberán ser limpios y sencillos para evitar compartimentaciones pequeñas, dimensiones excesivas de perfiles o decoraciones ajenas al edificio. Así aumentamos la entrada de luz natural y el espacio expositor.
- Para una coherencia formal, toda la carpintería de un mismo local comercial debe ser homogénea.

Color

- La carpintería debe ser de colores neutros y armonizar con los colores existentes en el edificio.
- La utilización de colores vivos o corporativos que no tienen ninguna relación con los colores presentes en el edificio, además de distorsionar la visión general, provoca al usuario una distracción visual que dificulta su atención sobre los productos expuestos.



3

Los cierres

Los cierres de los establecimientos comerciales, como, por ejemplo, las persianas, conforman la imagen exterior del establecimiento cuando se encuentra cerrado.

Por lo tanto, el buen mantenimiento de este elemento también mejorará la imagen del establecimiento.

En el caso de disponer de postigos de cierre original u otros elementos similares, su mantenimiento nos ayuda a conservar el carácter y la identidad del establecimiento.

Color

- Serán del cromatismo original del material.
- Estos elementos deben ser de color neutro, por lo tanto, tendrán el mismo acabado de acero galvanizado o cincado, o un tratamiento similar.
- No deben ser de colores corporativos o de acabados brillantes que puedan generar un alto contraste alto con los elementos del edificio y alterar la relación amable entre el local comercial y la vía pública en horario nocturno.

Ubicación

- Se deben ubicar dentro del hueco arquitectónico.
- Del mismo modo que la carpintería, los cierres deben estar ubicados en un plano anterior con respecto al plano de la fachada para dejar libre la jamba y entender la profundidad de las aberturas que componen el edificio.

Diseño

- Deben ser cierres calados.
- Las persianas caladas crean una relación amable entre el comercio y el espacio público confrontante cuando el establecimiento se encuentra cerrado.
- Tienen la virtud de permitir la visibilidad, fuera del horario comercial, de los productos que se ofrecen en el establecimiento.
- Este tipo de persianas tienen un buen mantenimiento y ayudan a prevenir actos vandálicos como pintadas.
- Los sistemas de abertura de las persianas caladas deben ser de tipo guillotina, que permite que durante el horario comercial estos elementos no sean perceptibles.



4

Los toldos

En general, los toldos son elementos nuevos que incorporamos a un edificio existente. Para integrarlos en la composición del edificio, deberán tenerse en cuenta las características y los colores propios de la fachada.

Los toldos actúan de protección solar, y en algunos establecimientos son necesarios debido a su orientación.

Los puntos cardinales en los que funcionan mejor los toldos son este y, sobre todo, sur. En establecimientos como heladerías, panaderías o fruterías que se encuentran en estas orientaciones, la instalación de toldos ayuda a proteger y a conservar los productos que son sensibles a la incidencia directa de los rayos solares.

En cambio, no deben usarse en otras orientaciones, ya que pierden su función de protección solar y solo actúan de reclamo publicitario.

El uso de estos sistemas en establecimientos orientados hacia el norte es contraproducente, porque no hay incidencia solar directa y se reduce la entrada de luz natural en el establecimiento.

Diseño

- Deben ser plegables, tener la mínima subestructura posible y estar compuestos de lona o material similar. Deben ser homogéneos para un mismo establecimiento.
- Se recomienda evitar brazos metálicos contundentes y faldones para conseguir un diseño limpio y de aspecto ligero.
- No tienen que disponer de lonas laterales, ya que aumentan el impacto visual de estos elementos.
- Su mantenimiento será esencial para evitar que se deteriore la imagen comercial.
- Para una imagen exterior coherente y ordenada, es necesario que todos los toldos de un mismo establecimiento presenten igual forma, color y composición.

Dimensiones

- Deben tener la longitud del hueco arquitectónico y adaptarse a su forma.
- Tienen que dejar una altura mínima libre de 2,2 m desde la acera.
- El vuelo del toldo debe ser proporcionado con respecto a la anchura de la acera, inferior a la anchura de la acera (menos de 60 cm), con un máximo de 3 m.
- Un vuelo excesivo del toldo afectará a la visión general de la calle. Hay que pensar que un vuelo de unos 1,5 m suele ser suficiente para proteger el escaparate de la incidencia solar.

Color

- Pueden disponer de un rótulo que no supere el 25 % de la superficie textil.
- El color del toldo deberá armonizar con los colores presentes en el edificio.
- No todos los colores corporativos conseguirán una buena relación con los colores presentes en el edificio, y pueden llegar a crear una mancha cromática que no se adapte ni a los colores de la fachada ni a una imagen comercial elegante.
- Se recomiendan los colores oscuros, que también ayudarán a resaltar la identificación del establecimiento.

Ubicación

- Deben ubicarse dentro del hueco arquitectónico, tocando la parte superior de la carpintería. No tienen que ocultar los elementos decorativos propios de la fachada.
- Así, el impacto de estos elementos queda contenido en el hueco arquitectónico, creando un ritmo de repetición coherente con los ritmos propios de la composición arquitectónica de la fachada.



5

El paramento de fachada

Por paramento de fachada se entiende toda la fachada descontando los huecos arquitectónicos o aberturas propias de la configuración global del edificio.

El paramento de fachada de la planta baja forma parte de la imagen exterior de nuestro local comercial y de la composición global del edificio.

Por lo tanto, mantenerlo en buenas condiciones ayudará a transmitir una buena imagen a nuestros posibles clientes.

Recuerda: para una buena comunicación con los usuarios de la zona es esencial disponer de elementos identificadores claros que actúen de primer reclamo y que los espacios expositores situados en los escaparates sean nuestra carta de presentación.

Instalaciones

- Las instalaciones que deban pasar por la fachada tienen que estar lo más ordenadas posible.
- Se tienen que evitar las instalaciones obsoletas.
- El cableado y las cajas eléctricas se tienen que redirigir por el interior del edificio o estar lo más ordenadas posible, ya que si no provocan una imagen de dejadez y suciedad que los posibles usuarios del establecimiento perciben de manera negativa.



Mantenimiento del paramento de fachada

- Las buenas intervenciones son las que van encaminadas al mantenimiento y la restitución del paramento de fachada.
- No se debe pintar con colores corporativos o revestir de materiales ajenos al edificio.
- Estas acciones provocarían inmediatamente una separación visual del local con respecto al edificio, y propiciarían una mala integración de la imagen exterior del establecimiento y una alteración del paisaje urbano de la ciudad.

Elementos adosados

- **El paramento de fachada debe estar libre de elementos adosados.** Los elementos que adosamos al paramento de fachada, como adhesivos, pizarras o paneles comunicativos, son elementos que no concuerdan con la imagen de elegancia y amabilidad que buscamos.
- Suelen estar mal diseñados para una visualización correcta desde el espacio público y ensucian la claridad del mensaje que se pretende conseguir con los elementos de identificación.
- En general, tienen una mala conservación cuando están expuestos a la intemperie y, al poco tiempo de estar colocados, sufren decoloración y otros efectos que crean una imagen de abandono.



Sistemas de climatización

- **Se deben eliminar las máquinas del sistema de climatización adosadas a la fachada.**
- Son elementos que generan suciedad y crean una sensación de provisionalidad que empobrece la imagen comercial del establecimiento.

Sistemas de iluminación adicional

- Los sistemas de iluminación adosados al paramento, que solo iluminan una parte del edificio, perjudican directamente la visión nocturna de la fachada, ya que por contraste oscurecen las otras partes.
- Las iluminaciones tipo foco pueden crear deslumbramientos a los peatones y alteran la luz propia de la vía pública. El mejor modo de identificar el establecimiento en horario nocturno es la retroiluminación de los rótulos y una correcta iluminación del espacio expositor.



6

Las mejoras en accesibilidad

Mejorar la accesibilidad de nuestro local comercial garantiza que las personas con discapacidad puedan participar de manera autónoma y activa en la comunidad.

Un comercio accesible es un comercio que llega a todos los públicos y que puede, así, ampliar su potencial clientela.

Es importante entender que la accesibilidad no solo aproxima el comercio a las personas con discapacidad sino que supone una comodidad para familias con cochecitos, para las personas mayores con dificultades de movilidad, para personas que llevan carga o carros de la compra, entre otras. La facilidad para entrar en una tienda fomenta su uso.

Se debe mantener la acera libre de obstáculos

- Las pizarras, los tótems, los atriles o similares que se ubican en la acera perjudican la circulación de los usuarios que quieren acceder al establecimiento. La línea de fachada es la referencia que utilizan las personas con discapacidad visual para orientarse y el apoyo del que se sirven las personas mayores con movilidad reducida.

Deben eliminarse los escalones

- El acceso a pie plano al establecimiento facilita la entrada de todos los usuarios. Un escalón, aunque sea de 2 cm, puede provocar caídas a las personas mayores que quieran acceder y entorpecen la entrada a personas en silla de ruedas o a cochecitos infantiles. Rampas con una pendiente máxima del 10 % solucionan los desniveles de entrada al establecimiento.

Los elementos salientes de la fachada deben estar a una altura mínima de 2,2 m

Los elementos que sobresalen del plano de la fachada, como es el caso de los toldos, pueden provocar choques tanto de la población con discapacidad como de aquellas personas que vayan despistadas por la acera.

La comunicación, tanto de los rótulos como del espacio expositivo, debe ser comprensible y visible

Los mensajes tienen que ser sencillos y comprensibles, con criterios de lectura fácil. Por ejemplo, la tipografía de palo seco puede ayudar a la legibilidad de los mensajes. Es importante que los mensajes no contengan efectos lumínicos y sean de materiales no reflectores.

Las puertas deben permitir un acceso fácil

- Las puertas deben tener un peso razonable, y su mecanismo debe facilitar el acceso al local. Las puertas automáticas permiten que las personas mayores, los niños y niñas y los usuarios en silla de ruedas, entre otros, puedan entrar en la tienda cómodamente. Las puertas deben tener una anchura mínima de entre 0,80 m y 1 m.



7

El mantenimiento

Los edificios están sometidos al desgaste asociado a su uso, a los efectos producidos por agentes atmosféricos y al paso del tiempo. Para contrarrestar estos efectos, será necesario hacer un mantenimiento periódico. Un buen mantenimiento ayuda a conservar de una manera digna la imagen comercial del establecimiento y retrasa la obligación de sustituir elementos que se encuentren en mal estado, hecho que reduce los costes de inversión a largo plazo.

En contraposición, la falta de mantenimiento provoca que con el paso del tiempo se cree una imagen de dejadez y de abandono que se refleja en la percepción que tendrán los usuarios de nuestro establecimiento.

Malas prácticas

- ❌ Rótulos mal integrados en la composición de la fachada.
- ❌ Publicidad.
- ❌ Comunicación agresiva.
- ❌ Saturación comunicativa.
- ❌ Comercio no accesible.
- ❌ Elementos adosados a la fachada que generan una imagen de abandono.
- ❌ Sistemas de climatización que provocan una imagen de dejadez.
- ❌ Opacidad de la carpintería.
- ❌ Elementos que dificultan el paso de peatones.

Recuerda:

Una imagen exterior comercial cuidada, clara, accesible e integrada en el paisaje urbano de la ciudad ayuda a crear espacios públicos más amables con los que la gente se siente cómoda a la hora de utilizarlos.



Créditos:

Edita:

Instituto Municipal del Paisaje Urbano
y la Calidad de Vida.

Dirección Técnica. Ayuntamiento
de Barcelona

Diseño gráfico:

El Guateque

Barcelona, 2021

© Ayuntamiento de Barcelona



Reconocimiento - No comercial -
Sin obra derivada (by-nc-nd):
no se permite un uso comercial de la
obra original ni la generación de obras
derivadas (copyright).



